

Título: Turismo e Antropologia: contribuições para um debate plural.

Autor: Roque Pinto, Xerardo Pereiro

Este material foi adaptado pelo Laboratório de Acessibilidade da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, em conformidade com a Lei 9.610 de 19/02/1998, não podendo ser reproduzido, modificado e utilizado com fins comerciais.

Adaptado por: Bruno Trindade

Imagens descritas por:

Adaptado em: Julho de 2022.

Padrão vigente a partir de março de 2022.

Referência: PINTO, Roque; PEREIRO, Xerardo. Turismo e antropologia: contribuições para um debate plural. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, n. 13 e14, p. 447- 454, 2010.

Turismo e Antropologia:

contribuições para um debate plural

ROQUE PINTO* [\[nota *\]](#) [roquepintosantos@gmail.com]

XERARDO PEREIRO** [\[nota **\]](#) [xperez@utad.pt]

Resumo | Pretende-se aqui indicar alguns dos principais contributos da antropologia para os estudos sobre o turismo, tendo-se em conta suas aportações ao tema nos campos teórico-epistemológico, metodológico e deontológico. A antropologia tem-se debruçado sobre o turismo tanto no âmbito da sua compreensão como um fenómeno de amplas consequências do mundo social, quanto na provisão de uma ferramentaria metodológica, auxiliando no refinamento da abordagem qualitativa nos campos de investigação e análise da actividade, especialmente através de etnografias baseadas na pesquisa participante e no uso comparativo destas. E, dentro de uma perspectiva aplicada, estudos antropológicos têm colaborado na implementação de políticas e práticas voltadas para um turismo sustentável, buscando minimizar os impactos negativos da actividade nas comunidades receptoras. Desse modo, considerando que o paradigma de análise e entendimento do turismo segue baseado em premissas de origem económica e mercadológica, a antropologia do turismo vem-se projectando nas últimas décadas como um contraponto qualitativo a tais abordagens, provendo uma aproximação holística e integrada a outros campos disciplinares.

Palavras-chave | Turismo, Antropologia, Antropologia do Turismo.

Abstract | This article intends to indicate some of the major contributions of anthropology to studies of tourism, taking into account their contributions in the theoretical-epistemological, methodological and applied fields. The anthropology has been concerned with the tourism both in its understanding as a phenomenon of far-reaching consequences of the social world, as well as in the provision of a methodological tool, assisting in the enhancement of qualitative research in the fields of research and analysis, especially through ethnographies based on research participant and the comparative use of them. And within an applied perspective, anthropological studies have collaborated to implement policies and practices for sustainable tourism in order to minimize the negative impacts of activity on the host communities. Thus, whereas the paradigm of analysis and understanding of tourism is following based on assumptions of economics and marketing, anthropology of tourism has been proposed in recent decades as a qualitative approaches counterpoint, providing a holistic and integrated approach to other fields disciplinary.

Keywords | Tourism, Anthropology, Anthropology of Tourism.

1. Antecedentes do turismo na antropologia

Com a queda do prestígio do estruturalismo francês e do cognitivismo estadunidense a antropologia no plano internacional vem experimentando, nas últimas quatro décadas, uma espécie de pulverização epistemológica, no âmbito do que se convencionou chamar de crise de representação. Simultaneamente a esse processo emergiram na arena antropológica novas estratégias de investigação e de abordagens teóricas, como as formas simbólica, interpretativa, hermenêutica ou fenomenológica, bem como os movimentos desconstrutivistas pós-moderno e pós-estruturalista, e as apropriações antropológicas pelos estudos culturais (Reynoso, 1986, 2000; Trajano Filho, 1998; Clifford, 2002). Dentro da produção académica, estratégias discursivas e metodológicas baseadas na historicização, dialogização e narrativização da praxis disciplinar se tornaram vias quase que incontornáveis a partir da virada crítica da década de 1970 (Stocking, 2002).

À guisa de uma reacção ao criticismo e ao relativismo epistemológico radicais, presenciou-se no fim do século uma espécie de revisionismo teórico e metodológico, além da reabilitação da etnografia como especificidade metodológica e analítica da antropologia (Peirano, 1997), num movimento semelhante ao desagravo do conceito de cultura e da cientificidade disciplinar, plasmado no que alguns autores chamam de uma viragem neo-positivista.

É no bojo dessa dinâmica que o turismo passa a figurar, na tardia década de 1970, no rol dos objectos de investigação da antropologia. Dentro da jovem tradição académica da sócio-antropologia do turismo, considera-se como texto fundador (Simonicca, 2001 e 2007; Smith, 1989; Pereiro, 2009; Santana Talavera, 2009) o artigo de Théron Núñez “Tourism, tradition and acculturation:

weekendismo in a mexican village”, publicado em 1963 na revista *Ethnology* (Núñez, 1963)¹ [Inota 11](#).

Nos anos de 1972 e 1973, respectivamente, Cohen apresenta uma primeira tipologia e MacCannell discute o problema da autenticidade no turismo, este último buscando uma clara interlocução com Boorstin, que no começo da década de 1960 publicara um trabalho sobre os “pseudo-eventos” no contexto da América do Norte (Boorstin, 1961; MacCannell, 2003).

Em 1974, no âmbito do congresso da American Anthropological Association, na Cidade do México, pela primeira vez reuniu-se um grupo de antropólogos para discutir especificamente o tema do turismo, resultando na publicação do que viria a ser uma espécie de divisor de águas e espoletador de um novo campo de investigação na antropologia, o livro *Host and Guest: The Anthropology of Tourism*, apresentando uma perspectiva sumamente pessimista da actividade, sublinhando principalmente suas consequências negativas sobre as comunidades receptoras (Smith, 1992 [1989]; Cohen, 2005). Alguns anos depois o mesmo grupo (com algumas adições e deserções) revisa os trabalhos publicados anteriormente, reflectindo numa visão mais relativizada, considerando o peso de outros factores de mudança social nas comunidades receptoras que tendencialmente se atribuía ao turismo (Smith e Brent, 2001).

Nas décadas seguintes se viu um grande crescimento quantitativo e qualitativo da antropologia do turismo, especialmente na Commonwealth e na Europa ocidental, embora este campo de investigação ainda seja percebido com certa reserva pela comunidade antropológica mais ampla (Crick, 1992; Nash, 1996; Burns, 2002; Leah Burns, 2004).

Com efeito, vale notar a importância da presença de antropólogos, a partir desse momento, no desenho do produto turístico e o esforço daqueles para, no contexto aplicado, buscar soluções práticas para a minimização dos efeitos negativos do turismo e para uma activação patrimonial sustentada nas comunidades receptoras (Santana Talavera, 2009; Pereiro, 2009).

2. O turismo como objecto antropológico

A própria natureza ontológica do turismo demanda um esforço conjugado de várias disciplinas, considerando todos os problemas daí derivados. Classificado como uma indisciplinada (Tribe, 1997) ou mesmo uma pós-disciplina (Coles, Duval e Hall, 2005), a penetração do turismo pela antropologia foi marcada por uma pauta estabelecida mais ou menos nas décadas de 1970-1980, segundo as proposições de autores como Cohen, Dann, MacCannel, Jafari, Nash, Smith ou Grabrun, que de algum modo estabeleceram os principais pontos a serem problematizados e que viriam a

ser sedimentados por gerações posteriores de investigadores.

De facto, ao definirem alguns temas a serem privilegiados nos estudos do turismo - o “encontro” e seus “impactos” nas comunidades receptoras; o turismo enquanto ritual; o turismo como uma réplica imperialista; a perspectiva semiológica ou o tema da autenticidade -, os trabalhos pioneiros suscitaram uma série de estudos posteriores (ratificando-os ou refutando-os), resultando numa espécie de cristalização de alguns eixos de investigações no campo da antropologia do turismo.

Por outro lado, a antropologia, como as demais disciplinas sociais, liga-se ao turismo num plano em que a produção de conhecimento deste se dá mediada por um núcleo estabelecido e orientado pelo sector empresarial (figura 1), como ressalta Tribe (2004). Com isso, tem-se uma multiplicidade de interesses que inclusive definem as eleições macro relacionadas às formas de aproximação ao objecto (investigações teóricas x trabalhos aplicados; foco humanista x foco empresarial; uma orientação mais ou menos comprometida com a sociedade receptora x uma orientação voltada para a mercadotecnia, etc.).

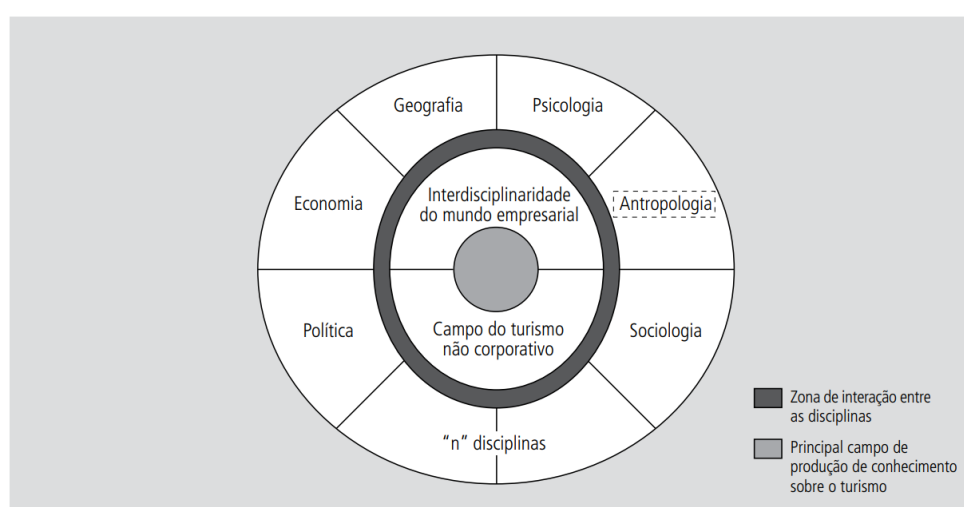


Figura 1 | esquema de produção de conhecimento no campo do turismo, baseado em tribe (2004).

Nesse contexto, a antropologia do turismo, consciente da escala global desta actividade e manejando um marco teórico sistémico e processual (Santana Talavera 1997; Santana Talavera e Pinto, 2008), lança luzes sobre as regularidades do encounter (Simonicca, 2007) e suas implicações económicas, políticas e sociais (De Kadt, 1991; Smith, 1992; Jurdao Arrones, 1992; Burns, 2002), bem como sobre o componente simbólico que involucra a prática turística (Nash, 1996; Barretto, 2009) e sobre as disposições que subjazem à conduta do turista (Urry, 1999; MacCannel, 2003).

Considerando o turismo como um “consumidor de culturas” e o turista como depositário de uma pauta cultural que se torna itinerante (Santana Talavera, 2003; Pereiro, 2009), a relação desta com o turismo - ou o interesse da primeira pelo segundo - dá-se a partir de quatro valências:

i. De uma perspectiva metodológica, traduzida no uso extensivo da ferramentaria etnográfica, nomeadamente o trabalho de campo baseado na pesquisa participante;

ii. De uma abordagem conceitual, privilegiando o aspecto holístico (e inescapavelmente social) do turismo, buscando inter-conexões com aspectos sociais que impingem-no, tanto nas sociedades emissivas quanto receptoras; e dando a ver os processos complexos que se conformam a partir das interacções estabelecidas no destino - e cujos efeitos podem se prolongar no tempo e no espaço (Pinto, 2006);

iii. Do uso da etnografia como evidência científica, oferecendo não só o produto da descrição etnográfica como instrumento analítico, como também lançando mão do método comparativo, fundado na tradição etnológica, como um recurso para a avaliação e mesura da actividade turística em diversos contextos empíricos, notadamente com ênfase nos seus efeitos na sociedade receptora (Pinto, 2008);

iv. De uma deontologia antropológica, especialmente no auxílio a políticas e práticas voltadas para um turismo sustentável ou minimizador de impactos negativos

nas comunidades receptoras, levando a cabo um conhecimento instrumental no âmbito da antropologia aplicada, mormente utilizada em contextos rurais ou de comunidades autóctones (Grünewald, 2002; Pereiro Pérez y Smith Inawinapi, 2007).

Desse modo, a antropologia do turismo - entendida como estudos antropológicos sobre o turismo (Santana Talavera, 2009), e que divide o objecto com disciplinas contíguas e destas passa a compartilhar enfoques, métodos e técnicas² [\[nota 2\]](#) - tem se dedicado a alguns temas-problemas, segundo sua própria dinâmica e trajectória.

Dentro do amplo rol dos objectos cotejados por antropólogos ligados ao turismo, um dos paradigmas mais proeminentes é aquele classificado por Simonicca (2001 e 2007) como o modelo do tempo livre (leisure, loisir) ou político-económico, que dá proeminência ao lazer como estatuto necessário para o turismo, incluindo aí as pré-condições materiais para o primeiro e a iniludível assimetria que marca a actividade turística.

Esse modelo se centra no turismo como uma possibilidade derivada do tempo livre (desobrigação das actividades e dos constrangimentos quotidianos), da disponibilidade de crédito ou poupança (acumulação pecuniária individual derivada do excedente colectivo) e uma orientação social para a viagem (Smith, 1992; Smith e Brent, 2001; Graburn e Barthiel-Bouchier, 2001; Cohen, 2005).

Nesse sentido é particularmente importante averiguar os dispositivos de mediação entre as sociedades que geram e as que recebem turistas, no âmbito de uma divisão internacional do trabalho e das assimetrias políticas e económicas no plano global, originadas por uma desigualdade estruturante que

marcaria as relações entre visitantes e visitados como uma metonímia do contexto económico e político mais amplo (numa figuração tipo primeiro e terceiro mundos). Sua descrição mais incisiva adquire forma no trabalho de Nash (1992), para quem o turismo seria uma emulação do imperialismo, pressupondo, nesses termos, aproximações que nivelam-no a um signo de aculturação e a um instrumento de poder político-ideológico.

O que subjaz a essa argumentação é a assunção de um mundo organizado segundo um modelo centro-periferia, donde as zonas turísticas seriam os locais de relaxamento e de descarga de tensões acumuladas nas metrópoles emissoras de turistas, representando as “periferias do prazer” ou satélites recreativos, áreas que funcionariam como zonas de reposição psíquica e energética - pressupondo a geração de um estado alterado de consciência dos trabalhadores no momento em que estes se revestem de turistas - para a manutenção do sistema produtivo como um todo (Jafari, 2005; Krippendorf, 2001).

Essa perspectiva económico-política de abordagem ao turismo enfatiza o componente ideológico - através de narrativas e imagens - na formatação do destino, que pressupõe o estabelecimento de uma relação transitória e desigual entre os que trabalham e os que fruem (Jurdao Arrones, 1992; De Kadt, 1991; Smith, 1992; Gascón e Canada, 2005).

Nesse sentido, vários autores reconhecem o

imbricamento entre política e turismo como um campo importante de investigação para a melhor compreensão do funcionamento do sistema turístico como um todo (Chambers, 2000; Boissevain, 2007). E o destino turístico como uma instância privilegiada de investigação (Santana Talavera, 2009; Simonicca, 2007), especialmente por representar o ponto de confluência do sistema produtivo do turismo e ser o território donde se processa a fruição do seu produto.

Assim, o destino turístico aportaria importantes questões referentes às relações de poder, por

um lado, e por outro, ao simbolismo que conforma o lugar turístico no contexto mais amplo da sociedade. Inclusive pelo fato do turismo ser marcado por redes de interação entre diferentes atores dotados de distintas motivações e em diferentes posições sociais, tanto nas sociedades emissivas quanto nas receptivas. Desse modo, as disposições políticas, económicas e culturais são vectores importantes no processo de modelagem de um espaço físico ordinário que é activado para o turismo através de estímulos sensoriais e da manipulação do imaginário (Santana Talavera e Pinto, 2008).

Nesse contexto o turismo não só representaria um conjunto de actividades altamente vulnerável ao seu entorno político, como também se configuraria como um espaço de tensão que transcende o mero território de fruição turística: ele se configura também como uma arena de disputas no campo do planeamento e execução de políticas públicas e da repartição dos benefícios pecuniários do turismo. E tais disputas se estenderiam desde o poder de definir efectivamente os contornos da economia política e delinear formas de desenvolvimento local (De Kadt, 1979; Smith, 1992; Jurdao Arrones, 1992; Boissevain, 2007) até o poder de nomear, classificar e legitimar o que seria autóctone, típico ou “identitário”, isto é, o poder de definir as “fronteiras do lugar” (Bianchi, 2003).

Assim, a própria ambiência turística se converte num palco de poder modelado segundo as próprias narrativas e imagens que o definem enquanto espaço turístico, um espaço cuja condição de existência é o estabelecimento de relações transitórias e assimétricas entre os que servem e os que são servidos (Smith e Brent, 2001; Nash, 1996; Simonicca, 2001; Santana Talavera, 2009).

Desse modo, as capilaridades do poder que se verificam nesse “múltiplo e móvel campo de relações de forças instáveis” (Foucault, 1993) contribuem para fortalecer o carácter de subserviência através da dominação e do controlo do território pelas elites locais a serviço do aparato turístico internacional

(Nash, 1992; Smith, 1992; Gascón y Canada, 2005), inclusive reforçando essas assimetrias ao tornar auto-evidentes e “naturais” tais formas de dominação.

Tais dispositivos de vigilância e domesticação não se encontrariam apenas na óbvia relação patrão-empregado-cliente/turista, mas sim no fulcro da própria concepção do território como espaço turístico, no sentido de que o turismo pode desempenhar, como indica Chambers (2000), um relevante papel tanto na política nacional quanto local, uma vez que tende a reforçar padrões de dominação e de controlo político. Nesse sentido, percebe-se um imbricamento quase orgânico, por um lado, entre a formação da imagem turística, a própria concepção do turismo e seus modelos de desenvolvimento, e por outro, a estrutura política local que lhe dá suporte e modela seu horizonte de possibilidades (Pires, 2003).

3. Conclusão

De acordo como Simonicca, a antropologia do turismo tem como objecto de análise fundamental o encontro (encounter) que se produz na relação de aceitação mútua entre o hóspede e o anfitrião (guest/host) dentro de um espaço antrópico e natural específico (território): “A mobilidade humana que se origina em tal contexto se manifesta de várias formas nas fronteiras culturais e revela graus distintos de conflitos identitários em relação aos sujeitos implicados”. (Simmonica, 2007: 28).

Conforme Santana Talavera (2009), os sujeitos de estudo antropológico do turismo compõem o conjunto de indivíduos que desempenham algum papel ou são afectados no e pelo cenário turístico, é dizer, um universo social conformado segundo as diferentes fases do sistema de produção do turismo, desde sua concepção até sua conclusão, desde a sociedade emissiva, a viagem, a fruição, até o retorno do turista, contabilizando-se inclusive os investidores e responsáveis pelo “desenho” do produto turístico, que podem até mesmo situarem-se espacialmente

fora tanto da sociedade emissiva quanto da receptiva³ [\[nota 3\]](#).

Desse modo, desde o ponto de vista da investigação social, a actividade turística se apresenta como um fenómeno total (Hernández Ramírez, 2006) e, nesses termos, a ferramentaria epistémica e metodológica de que dispõe a antropologia parece bem se adequar à complexidade multifacetada e à natureza altamente mutável do turismo.

Assim, assumindo que, para além de uma mera relação mercantil (Barretto, 2003 e 2009), o turismo é um objecto transversal e que representa uma actividade humana complexa, integral, relacional, sistémica e holística ⁴ [\[nota 4\]](#) (Pinto, 2008; Santana Talavera and Pinto, 2008; Santana Talavera, 2009; Pereiro, 2009), as implicações teóricas derivadas dos estudos antropológicos sobre o tema apontam para uma perspectiva inter/multi/transdisciplinar e compreensiva, em que as relações de poder⁵ [\[nota 5\]](#), as regularidades e as mudanças sociais, a ritologia e o simbolismo que revestem a actividade figuram como arenas privilegiadas de investigação.

Como derivação das assertivas epistemológicas, tem-se que, do ponto de vista do método, a antropologia do turismo procura abordar seu objecto desde uma perspectiva sistémica e processual, tendo como principal ferramenta de campo a descrição etnográfica baseada na observação participante, fixando-se como elementos básicos das unidades

de estudo os lugares, os atores sociais e os eventos significativos para a investigação; e das unidades de observação, os processos, as regularidades, as ações particulares e as variáveis do sistema (Santana Talavera, 1997).

Desse modo, a contribuição principal da antropologia para os estudos sobre o turismo reside na conjugação da descrição etnográfica com uma abordagem teórica compreensiva, o que permite delinear um modelo metodológico totalizador do sistema turístico com vistas a superar as visões redutoras que confinam suas múltiplas dimensões e consequências em cunhos limitados como “sector”, “indústria” ou “negócio”.

Referências

- Appadurai, A., 1995, *The Production of Locality*, in Fardon, R., (ed) *Counterworks*, Routledge, London, pp. 204-225.
- Barretto, M., 2003, *O Imprescindível Aporte das Ciências Sociais para o Planejamento e a Compreensão do Turismo*, *Horizontes Antropológicos*, Vol. 9(20), pp. 15-29.
- Barretto, M., 2009, *Turismo y Cultura. Relaciones, Contradicciones y Expectativas*, [http:// http://www.pasosonline.org/Paginas/e-book_1.htm], (Site accessed 01 october 2009).
- Boissevain, J., 2007, *Confrontando la Industria Turística en Malta*, in Lagunas, D. (org) *Antropología y Turismo. Claves Culturales y Disciplinarias*, Plaza y Valdés, México D. C., pp. 73-90.
- Boorstin, D., 1961, *The Image: A Guide to Pseudo Events In America*, Harper & Row, New York.
- Burns, P., 2002, *Turismo E Antropologia: Uma Introdução*, Chronos, São Paulo.
- Chambers, E., 2000, *Native Tours: The Anthropology of Travel and Tourism*, Waveland Press, Long Grove.
- Clifford, J., 2002, *A Experiência Etnográfica: Antropologia e Literatura no Século XIX*, Editora da UFRJ, Rio de Janeiro.
- Cohen, E., 2005, *Principales Tendencias en el Turismo Contemporáneo*, *Política Y Sociedad*, Vol. 42(1), pp. 11-24.
- Coles, T., Duval, D., Hall, M., 2005, *Sobre El Turismo y la Movilidad en Tiempos de Movimiento y Conjetura Posdisciplinar*, *Política Y Sociedad*, Vol. 42(1), pp. 85-99.
- Crick, M., 1992, *Representaciones del Turismo Internacional en las Ciencias Sociales: Sol, Sexo, Paisajes, Ahorros y Servilismos*, in Jurdao Arrones, F., (Comp) *Los Mitos del Turismo*, Endymion, Madrid, pp. 339-404.
- De Kadt, E., (ed), 1991, *Turismo: ^Pasaporte Al Desarrollo?*, Endymion, Madrid.
- Foucault, M., 1993, *Microfísica Do Poder*, Graal, Rio de Janeiro.
- Gascón, J., Canada, E., 2005, *Viajar A Todo Tren. Turismo, Desarrollo Y Sostenibilidad*, Icaria, Barcelona.
- Grünwald, R., 2002, *Tourism and Cultural Revival*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29(4), pp. 1004-1021.
- Hernández Ramírez, J., 2006, *Producción de Singularidades y Mercado Global. El Estudio Antropológico del Turismo*, *Boletín Antropológico*, Vol. 24(66), pp. 21-50.
- Jafari, J., 2007, *Modelos del Turismo: Los Aspectos Socioculturais*, in Lagunas, D. (org) *Antropología y Turismo. Claves Culturales y Disciplinarias*, Plaza y Valdés, México D.C., pp. 27-46.
- Smith, V., (org), 1992 [or. 1989], *Anfitriones e Invitados: La Antropología del Turismo*, Endymion, Madrid.
- Jurdao Arrones, F., 1992, *Los Mitos del Turismo*, Endymion, Madrid.
- Krippendorf, J., 2001, *Sociologia do Turismo: Por uma Compreensão do Lazer e das Viagens*, Aleph, São Paulo.
- Leah Burns, G., 2004, *Anthropology and Tourism: Past Contributions and Future Theoretical Challenges*, *Anthropological Forum*, vol. 14(1), pp. 5-22.
- Maccanell, D., 2003 [or. 1976], *El Turista. Una Nueva Teoría de la Clase Ociosa*, Melusina, Barcelona.
- Nash, D., 1992, *El Turismo Considerado como una Forma de Imperialismo*, in Smith, V., (org) *Anfitriones e Invitados: La Antropología del Turismo*, Endymion, Madrid, pp. 217-256.
- Nash, D., 1996, *Anthropology of Tourism*, Pergamon, New York.
- Núñez, T., 1963, *Tourism, Tradition, and Acculturation: Weekendismo in a Mexican Village*, *Ethnology*, Vol. 2(3), pp. 347-352.
- Peirano, M., 1997, *Onde está a Antropologia?*, *Mana*, Vol. 3(2), pp. 67-102.
- Pereiro, X., 2009, *Turismo Cultural. Uma Visão Antropológica*, [http:// http://www.pasosonline.org/Paginas/e-book_2.htm], (Site accessed 01 october 2009).
- Pereiro Pérez, X., Smith Inawinapi, C., 2007, *Los Impactos Del Turismo En Kuna Yala (Panamá). Turismo Y Cultura Entre Los Kuna De Panamá*, Fitur/Editorial Centro De Estudios Ramón Areces, Madrid.
- Pinto, R., 2006, *Turismo e Identidade: A Gestão da Baianidade e a Produção de Tradições*, EDUCS, Caxias do Sul.
- Pinto, R., 2008, *“Navegando À Deriva”: Notas Etnográficas sobre o Turismo em Ilhéus, Bahia*, *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, Vol. 2(4), pp. 28-53.
- Pires, E., 2003, *O Baile do Turismo: Turismo e Propaganda no Estado Novo*, *Caleidoscópio*, Casal de Cambra.
- Reynoso, C., 1998, *Corrientes en Antropología Contemporánea*, Biblos, Buenos Aires.
- Reynoso, C., 2000, *Apogeo y Decadencia de los Estudios Culturales: Una Visión Antropológica*, Gedisa, Barcelona.
- Santana Talavera, A., 1997, *^Nuevas hordas, viejas culturas? La antropología y el turismo*, Ariel, Barcelona.
- Santana Talavera, A., 2003, *Mirando Culturas: La Antropología del Turismo*, in Rubio Gil, A., (ed) *Sociología del Turismo*, Ariel, Barcelona, pp. 103-125.
- Santana Talavera, A., 2009, *Antropologia do Turismo: Analogias, Encontros e Relações*, Aleph, São Paulo.
- Santana Talavera, A., Pinto, R., 2008, *Tourism in the Consumer Society: Anthropologic subsidies to the static subsystem figuration*, *Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 6, pp. 87-110.
- Simonicca, A., 2001, *Antropologia del Turismo: Strategie di Ricerca e Contesti Etnografici*, Carocci, Roma.
- Simonicca, A., 2007, *Conflicto(s) e Interpretación: Problemas de la Antropología del Turismo en las Sociedades Complejas*, in Lagunas, D., (org) *Antropología y Turismo. Claves Culturales y Disciplinarias*, Plaza y Valdés, México D.C., pp. 27-46.

Smith, V., Brent, M., (orgs), 2001, *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century*, Cognizant Communication, New York.

Stocking, G., 2002, *Delimitando la Antropología: Reflexiones Históricas acerca de las Fronteras de una Disciplina sin Fronteras*, *Revista de Antropología Social*, Vol. 11. pp. 11-38.

Trajano Filho, W., 1998, *Que Barulho é esse, o dos Pós-Modernos?*, *Anuário Antropológico*, Vol. 86, pp. 133-151.

Tribe, J., 1997, *The Indiscipline of Tourism*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 24(3), pp. 638-657.

Tribe, J., 2004, *Knowing about Tourism: Epistemological Issues*, in Philmore, J., Goodson, L., *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies*, Routledge, New York, pp. 46-62.

Urry, J., 1999, *O Olhar do Turista: Lazer e Viagens nas Sociedades Contemporâneas*, Studio Nobel/Sesc, São Paulo.

Página de nota de rodapé

Nota *, página 447: Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Bahia (Brasil) e Professor Assistente na Universidade Estadual de Santa Cruz (Brasil).

[Retorno nota *, página 447](#)

Nota **, página 447: Doutorado em Antropologia Social pela Universidade de Santiago de Compostela e Professor Auxiliar no Departamento de Economia, Sociologia e Gestão, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro / CETRAD.

[Retorno nota **, página 447](#)

Nota 1, página 448: O texto “Sul movimento dei foresteri in Italia e sul dinero chi vi spendono”, publicado por Bodio em 1899, pode ser considerado o primeiro texto acadêmico sobre o turismo a partir de um ponto de vista das ciências sociais. Em 1930 vem à baila o trabalho de L. von Wiese, intitulado “Fremdenverkehr als zwischenmenschliche Beziehung” (Santana Talavera, 2009). Trinta anos depois é publicado um trabalho mais extenso sobre o tema, num marco mais estritamente sociológico, de autoria de Knebel. Contudo, estas obras representam apenas incursões isoladas no campo do turismo, que só conheceria estudos sistemáticos de cariz sócio-antropológico a partir da tardia década de 1970.

[Retorno nota 1, página 448](#)

Nota 2, página 450: Obviamente não se está a falar aqui de um ecletismo teórico-metodológico permissivo e estéril (Hernández Ramírez, 2006), mas sim de uma simbiose inter e multidisciplinar necessária, em conformidade com a natureza do objeto.

[Retorno nota 2, página 450](#)

Nota 3, página 452: Pode-se pensar, nesse caso, nos corporate groups europeus que implantam resorts privados em África ou na costa brasileira, por exemplo - e, por conseguinte, elucubrar sobre o grau de responsabilidade daqueles em relação ao território turístico.

[Retorno nota 3, página 452](#)

Nota 4, página 452: Nesse sentido, o turismo é pensado como um sistema aberto, dinâmico, flexível e adaptável, concebido enquanto um conjunto articulado de relações relativamente estáveis entre as partes de um todo.

[Retorno nota 4, página 452](#)

Nota 5, página 452: Relações de poder que se estabelecem não apenas dentro do espaço turístico, mas também nas sociedades emissoras e nos bastidores da arena turística. Considera-se aqui, para efeitos teóricos e metodológicos, as transações económicas como uma forma específica de relação de poder dentro de um espectro mais amplo dos sistemas de dominação.

[Retorno nota 5, página 452](#)